



Samstag, 21. April 2018, 11:33 Uhr
~12 Minuten Lesezeit

Der Weg der Sehnsucht

Raus aus der Ohnmacht — leben wir die Utopie!

von Dirk C. Fleck
Foto: Jandrie Lombard/Shutterstock.com

*Unsere aus dem Ruder gelaufene Zivilisation führt
direkt in den Ökozid. Aber sie zertrümmert nicht nur*

die Natur, sie wirkt sich auch verheerend auf unsere Psyche aus. Die 2009 verstorbene Pina Bausch – Ballettdirektorin des Wuppertaler Tanztheaters – hat auf die Frage eines Journalisten, wie sie sich ihre Zukunft wünscht, folgendes geantwortet: „I don't know... because... I think there are so big problems in the world, I... I wish... I hope... strength, a lot of strength... and love, I don't know... a lot of strength.“

Was Pina sich in ihrer Sprachlosigkeit so sehnlich gewünscht hat, scheint allmählich zu versiegen. Die Kraftspeicher für die Wachgebliebenen in unserer narkotisierten Zivilgesellschaft sind fast leer. Und Nachschub ist nicht in Sicht. Jetzt gilt es, angesichts des globalen Treibens einer durchgeknallten Finanz- und Politelite, die nicht nur den Ökozid nach Kräften befördert, sondern im geostrategischen Ränkespiel wieder offen auf die atomare Karte setzt, nicht den Verstand zu verlieren.

Das Problem ist ja nicht die Krise! Das wirkliche Problem ist das Gefühl der Machtlosigkeit, dieser Eindruck, mit gebundenen Händen dazustehen und nichts tun zu können. Der Schweizer Historiker Carl J. Burckhard (1891 - 1974) drückte es so aus:

„Es gehört zum Schwierigsten, was einem denkenden Menschen auferlegt werden kann: wissend unter Unwissenden den Ablauf eines historischen Prozesses miterleben zu müssen, dessen unausweichlichen Ausgang er längst mit Deutlichkeit kennt. Die Zeit des Irrtums der anderen, der falschen Hoffnungen, der blind begangenen Fehler wird dann sehr lang.“

Das Fatale ist, dass sich die dramatische Situation, in die wir uns

gebracht haben, in unseren Medien in keiner Weise wiederfindet. Was müssten die Medien an diesem entscheidenden Wendepunkt unserer Geschichte leisten, wenn sie nicht tatsächlich als der bösartigste Reiter der neuen Apokalypse gelten wollen? Diese sah der geniale spanische Regisseur Luis Bunuel bereits in den zwanziger Jahren des letzten Jahrhunderts in Gestalt der Überbevölkerung, der Wissenschaft, des Technikwahns und eben der Medien über uns hereinbrechen!

Ist es möglich, die Aufregung und das Aufregende unserer Zeit neu zu gewichten? Oder sind den Medien auf ewig die Hände gebunden in der gnadenlosen Gewinn- und Verlustrechnung unserer Tage. Es ist höchste Zeit, die Begriffe Gewinn und Verlust neu zu definieren. Genau das ist es, was in den Köpfen einer immer größer werdenden Zahl von Menschen zurzeit passiert.

Ich habe mal ein wenig rumgespielt und ein Fernsehformat entwickelt, das unserer Situation angemessen wäre. Es geht heute nicht mehr um links oder rechts, um oben und unten – es geht um zukunftsfeindlich oder zukunftsfreundlich. Die Go!-Show (GO! steht für Global Observer) ist ein Fernsehformat, welches in jedem Land der Erde funktionieren würde, das über Medientradition und Medienvielfalt verfügt. Insbesondere in jenen Ländern, deren Wirtschaftskraft es in wenigen Jahrzehnten verstanden hat, die unterschiedlichsten Kulturen auf diesem Planeten dem Gesetz ihrer Marktwirtschaft zu unterwerfen, um sie im „Global Village“ auf nie gekannte Weise zu schleifen.

DIE GO!-SHOW

GO!: Die Message

GO! – Eine Show um Leben und Tod, um die Langzeitfolgen und das Kurzzeitgedächtnis. Eine Show, die auch für jene Generationen

spricht, die sich in Zukunft auf verbrannter Erde einzurichten haben. Eine Abschiedsshow, ein Nachruf auf den funktionierenden Verbund des Lebens. Eine Verbeugung vor aller Kunst, die seit Menschengedenken herrlichste Narrenfreiheit besaß, solange die Luft rein war. Eine Hommage an Pflanzen und Tiere. Ein Blick zurück auf die kurzen Zeiten des Friedens, auf humanistische Ideale und auf alles, wozu Menschen sich hätten entwickeln sollen. Die GO!-Show – eine einzige drängende Frage, der kein Verantwortlicher entkommt. Eine große dokumentierte Ausrede. Ein vorgezogenes Tribunal. Archiv eines fehlgeleiteten Bewusstseins.

GO!: The Anchorman

Der Moderator: witzig, kompromisslos, radikal, frech. Er „nagelt“ seine zehn Thesen, mit denen man die Menschheit seiner Meinung nach in Schach zu halten hat, in jeder Sendung auf die Videowand. Ein Öko-Luther. Aber auch ein Anarchist, der Jaguar fährt, der es längst aufgegeben hat, seinen Müll zu trennen. Er glaubt nicht an das Prinzip der Freiwilligkeit, aber er hofft, dass man Leuten wie ihm eines Tages gehörig auf die Finger klopfen wird.

Für ihn hat die Menschheit den „Point Of No Return“ längst überschritten. So einer bettelt nicht um Spenden nach Überschwemmungen, so einer lacht über Hausgemeinschaften, die dazu übergegangen sind, sich ein Auto zu teilen. Er spottet über Greenpeace-Aktionen auf hoher See und auf genmanipulierten Soja-Feldern. Unser Mann ist es leid, über ein Problem zu reden, das zwar alle betrifft, aber niemanden berührt. Er bezeichnet sich als „normalen Menschenhasser“. Aber er wird verdammt sentimental, wenn er Sensibilität, Stolz und Mut ausmacht.

Nennen wir diesen Mann Cording. Cording macht sich bewusst gemein. Auf diese Weise knackt er die breitesten Publikumsschichten und nimmt dem verpönten Thema die spröde

Aura, die der Ökologie noch immer anhaftet.

Er ist der Star der GO!-Show. Er führt seine Interviews mit solcher Radikalität, dass sich jeder, der ihm im üblichen Politstil zu antworten versucht, von alleine lächerlich macht. Intoleranz und Flapsigkeit sind sein Markenzeichen.

GO!-Philosophie

Die GO!-Show ist keine Untergangsshow. Im Gegenteil: GO! ist äußerst positiv geladen. Die Show klagt einen Bewusstseinswandel ein und versammelt somit jene gesellschaftlichen Kräfte hinter sich, die die Zeichen der Zeit erkannt haben. Die Menschen brauchen den Paradigmenwechsel, sie müssen raus aus der „Wertefalle“, die ihnen die Leistungsgesellschaft gestellt hat. Gewinnmaximierung ist ein lächerlicher Wert vor dem Hintergrund kollabierender Naturhaushalte – das gilt es zu verstehen. Je mehr Menschen dies verstehen, desto stärker wächst das Verantwortungsbewusstsein in der Wirtschaft.

Die Verbraucher der Zukunft werden ein Unternehmen ganz wesentlich an der Nachhaltigkeit seiner Geschäfte messen. So ist es kein Wunder, dass immer mehr Firmen damit beginnen, über die eigene Unternehmenshygiene nachzudenken. Das birgt Chancen. Wer sich rechtzeitig ein Eco-Siegel zuzulegen weiß, ist für den Zukunftsmarkt gut gerüstet. Kein Image ist Erfolg versprechender. Vom Otto-Versand über Karstadt bis zu Ford – die Runderneuerung der Unternehmensphilosophie hat längst begonnen. Sie korrespondiert mit der wachsenden aber kaum geforderten Bereitschaft der Menschen, sich ökologisch stärker engagieren zu wollen.

Die GO!-Show spiegelt die Aufregung und das Aufregende ihrer Zeit wider. Wir sind fasziniert von den Risiken und den Chancen, von dem Balanceakt zwischen Irrsinn und Vernunft. Das dokumentieren

wir dadurch, dass wir die Show selbst in Balance bringen. Der Analyse des Ist-Zustands steht die Vision gegenüber. GO! bietet den fortschrittlichen Kräften in der Wirtschaft ein herausragendes Forum.

So etwas wie die GO!-Wirtschaftsreportage hat es bisher nicht gegeben – weil es den Denkansatz bisher nicht gab. Das gilt auch für die GO!-Unternehmerporträts sowie für die GO-GO-GIRLS, einem Gewinnspiel aus der Wirtschaft mit Sexappeal.

Gute Beispiele müssen nicht langweilig sein, positives Denken nicht zum Gähnen. In Verbindung mit den polemischen Elementen der Show, mit der Radikalkur, dem das Publikum ausgesetzt ist, bietet sich ihm an anderer Stelle die Chance, sein Gewissen neu auszurichten. Die GO!-Show versteht sich durchaus als Propagandasendung der Eco-Economy, sie ist parteiisch. Sie hat keinerlei Hemmungen, Unternehmen über den grünen Klee zu loben – wenn sie es sich denn verdient haben.

GO!-Online: Das Info-Format im Internet

Während die GO!-Show hauptsächlich auf Entertainment setzt, ist ihr Schwester-Format GO!-Online in erster Linie den ökologischen Fakten verpflichtet. GO!-Online fungiert quasi als verlängerter journalistischer Arm der Show.

Wer GO!-Online geht, findet Hintergrundinformationen zu Beiträgen und Personen, die in der TV-Show nicht ausreichend behandelt oder vorgestellt werden konnten. Außerdem halten wir das Publikum im Internet über die Erfolge der GO!-Investigation-Teams auf dem Laufenden, bereiten es auf die nächste Sendung vor und öffnen unsere elektronische Hot-Line für jedermann.

GO!-Online präsentiert täglich alle von den großen Nachrichtenagenturen bereitgestellten Umwelt-Nachrichten, die in

den Medien für gewöhnlich kaum Widerhall finden. Außerdem regelmäßig im Angebot: umweltpolitische Reportagen und Interviews, die in den großen Magazinen der Welt zur Veröffentlichung gelangen – oder eben nicht.

In Zusammenarbeit mit den bedeutenden internationalen Umweltschutzorganisationen bietet GO!-Online ein öffentliches Diskussionsforum im Netz. Außerdem halten wir sämtliche Kontaktadressen bereit, die ein interaktives Publikum braucht, wenn es in Sachen Ökologie kommunizieren will.

Ein wesentliches Element von GO!-Online wird der virtuelle GO!-Friedhof sein, auf dem Menschen aus aller Welt Tiere und Pflanzen zu Grabe tragen, die unsere Erde gerade für immer verlassen haben.

Nicht zu unterschätzen ist der Service-Aspekt, den ein Medium wie GO!-Online zu leisten vermag. Ob es sich um ökologischen Landbau oder um alternative Medizin handelt – GO!-Experten erteilen zu jedem Thema Auskunft.

GO!-Online setzt bewusst auf ein jüngeres Publikum. Dieses Publikum ist nur zu gewinnen, wenn der mediale Kontakt zu ihm wie ein Handschlag aus naher Zukunft funktioniert. Deshalb muss das Programm nicht nur inhaltlich, sondern auch grafisch und technisch höchsten Ansprüchen genügen.

Eine wesentliche Rolle im Umgang mit dem jüngeren Publikum spielen die beiden Kultfiguren der GO!-Show, Cording und Xenia. Für beide werden virtuelle Chat-Rooms geschaffen, in denen der Online-User seinen Helden persönlich begegnen kann. Dass er dabei von Xenia aufs Gröbste beschimpft wird, gehört zum Spiel und wird aufgrund ihres Images auch erwartet.

GO!-Online ist ein Format mit ungeheuren Möglichkeiten. Und es ist ein Format, das Geld verdient! Und zwar durch den GO!-Shop. In

ihm werden sämtliche Produkte vorgestellt, die sich unter eigenem GO!-Logo vermarkten lassen.

Die GO!-Show

Die GO!-Show findet live und vor Publikum statt. Das Studio wird von einer großen Videowand dominiert, über die sowohl vorgefertigte Beiträge als auch Live-Interviews oder Videokonferenzen laufen. Zur Linken befindet sich eine gläserne Telefonzentrale, in der drei attraktive Damen die GO!-Hotline bedienen. Die einzelnen Elemente der Show:

GO!-Hotline

Die Hotline dient dazu, Beobachtungen über Umweltsünden zu sammeln, die sich in unmittelbarer Nähe des Zuschauers ereignen. GO! fungiert als exklusive Anlaufadresse für all jene, deren Sorgen und Beschwerden im Umweltbereich bisher niemand ernst nimmt. Das Spektrum ist breit gefächert – es reicht von der Meldung über das unerlaubte Fällen eines Baumes über die illegale Entsorgung von Giftmüll bis hin zu dem Verdacht, dass am eigenen Arbeitsplatz fahrlässig gegen Umweltbestimmungen verstoßen wird. Früher oder später wird GO! einen solchen Vertrauensvorschub genießen, dass die großen Skandale als erstes hier auflaufen.

GO!-Investigation

Der GO!-Helikopter bringt ausgewiesene Experten vor Ort, um die von den Zuschauern gemeldeten Ökosünden zu untersuchen und zu dokumentieren. Die Ergebnisse werden in der nächsten Sendung vorgestellt.

GO!-Konferenz

Die Themen der Videokonferenz ergeben sich aus dem Tagesgeschehen (Atomunfall in Japan, Hurricane in den USA etc.) oder werden von der gesellschaftspolitischen Debatte bestimmt

(Genmanipulation, Ökosteuer, Ozon etc.). Der Moderator dieser Konferenz ist alles andere als moderat, er nimmt sich das Recht heraus, die Diskussion zu beenden, wann immer es ihm beliebt. Seine Arroganz ist ein unverwechselbarer Teil der Diskussion.

GO!-Presseschau

Die Ökologie im Spiegel der Medien. An Informationen mangelt es nicht – die Frage ist: Wie gehen wir mit ihnen um? Ein kommentiertes Abbild unseres öffentlichen Bewusstseins, gewürzt mit spontanen Fragen an die Chefredakteure der Meinungsträger. Wenn möglich vor dem Hintergrund seriöser Studien, wie beispielsweise dem jüngst präsentierten UNEP-Bericht zur Lage des Planeten, der an Dramatik kaum zu überbieten war, aber in den Medien kaum Widerhall fand.

GO!-Friedhof

In einer virtuellen Zeremonie werden Tier- und Pflanzenarten beerdigt, die während der Sendung die Erde für immer verlassen. Außerdem werden auf dem GO!-Friedhof Worte zu Grabe getragen, die ihre ursprüngliche Bedeutung verloren haben. Dies ist ein adäquates Mittel, um den aktuellen Kulturwandel zu dokumentieren. Die Zuschauer sind aufgefordert, sich mit eigenen Vorschlägen zu beteiligen. Der TED entscheidet, welches Wort zu Grabe getragen wird. Der GO!-Friedhof wird im Internet installiert.

GO!-Report

Die Archive von BBC und National Geographic sind wahre Schatzkammern, wenn es darum geht, die Phänomene der Natur plastisch, unterhaltsam und wissenschaftlich korrekt darzustellen. Sowohl Engländer als auch Amerikaner messen dem Naturfilm seit jeher eine besondere Bedeutung bei. Sie verstehen sich in der Kunst, dem Mysterium des Lebens filmisch auf die Spur zu kommen, ohne dabei zu sehr ins Didaktische abzugleiten. GO! könnte sich daher mit beiden Institutionen auf Nutzungsrechte einigen. Der GO!-

Report dient als optischer Edelstein einer jeden Sendung. Er ist frei von Polemik und beeindruckt allein durch die Kraft seiner Bilder.

GO!-Visionen

Nach dem Motto „Das wäre Ihre Zukunft gewesen“ präsentieren wir computeranimierte Szenarien einer Gesellschaft, die sich konsequent den ökologischen Erfordernissen unterwirft: „Paradies Großstadt“, „Energie – ein Geschenk des Himmels“, „Die Rückkehr der Tiere“, „Ein Leben ohne Geld“ etc. Lebensqualität einmal anders definiert...

GO!-Economy

Wann immer in der Wirtschaft ökologische Eigeninitiativen sichtbar werden, die über den gesetzlichen Rahmen hinausreichen – hier werden sie vorgestellt. Unternehmer erklären, warum sie sich dem umweltbewussten Management verpflichtet fühlen. Wir lernen ihre Methoden und Produkte kennen, wir erfahren aus kompetenter Quelle von der Notwendigkeit nachhaltigen Wirtschaftens. Wir werden sowohl über die Kosten der betrieblichen Umstrukturierung informiert als auch über ihren langfristigen Nutzen – für das Unternehmen wie für die Gesellschaft. GO!-Economy ist der Hoffnungsanker der Show. Es ist der Versuch, den mancherorts geschlossenen Frieden zwischen Ökologie und Ökonomie zu dokumentieren. Jeder Betrieb oder Konzern, der diesen Frieden zum Unternehmensziel erhebt, bekommt die Chance, sich in aller Öffentlichkeit vorzustellen.

GO!-Music

In jeder Sendung sind Musiker aus aller Welt zu Gast, die uns virtuos mit Klängen verwöhnen, wie wir sie bisher nicht zu hören bekamen. Viele der Musiker sind von Go!-Scouts entdeckt worden und haben ihr Dorf für diesen Auftritt das erste Mal verlassen. Ihre Natürlichkeit wird nicht nur das Studio-Publikum in den Bann

ziehen.

GO!-Comedy

In bester Tradition amerikanischer Standup-Comedians wird das Verhalten des Homo Sapiens „überdacht“. Liebevoll, bissig, brillant. Der ganz normale Wahnsinn als entspannende Lachnummer.

GO!-Heroes

Wir präsentieren Menschen, die sich unter Ausschluss der Öffentlichkeit tapfer widersetzt haben: die Frau aus El Salvador, die einen Plantagenbesitzer verklagt, weil sie sich ohne Schutzkleidung im Umgang mit Pestiziden lebensgefährlich vergiftet hat; den portugiesischen Bauern, der sich als moderner Michael Kohlhaas seit Jahren gegen die EU-Bestimmungen wehrt; die Wissenschaftlerin, die in der Schweiz auf merkwürdige Weise in einen Autounfall verwickelt wurde, nachdem sie einer Zeitung gegenüber von unerlaubten Experimenten in ihrem Genlabor berichtet hatte etc.

GO!-Native

Begegnungen mit Menschen, die einer noch relativ intakten Kultur angehören und die innerhalb ihres Volkes eine wichtige Funktion bekleiden. Ein Hopi-Medizinmann, ein Indianer aus dem brasilianischen Regenwald, ein Lama aus Tibet, ein Dorfältester aus dem Norden Alaskas. Alle diese Kulturen verfügen trotz unterschiedlichster Geschichte über ähnliche Endzeitprophezeiungen, die sich für sie jetzt zu erfüllen scheinen. Nur deshalb treten sie mahnend hervor. Wir wollen hören, was sie zu sagen haben.

GOGO-GIRLS

Unser Gewinnspiel. Auch im Internet.

Die GO!-Show: Rechnen wir ab! Vielleicht bleibt unterm Strich noch etwas übrig.

Wer sagt denn, dass ein Sender, der ein solches Format anböte, keinen Nutzen davon hätte? Die meisten von uns fühlen sich schon lange von den perversen Machenschaften einer skrupellosen Wirtschafts- und Politelite überfahren. Wir sind nicht einverstanden, wir brauchen eine Stimme. Denn in unseren Herzen – davon bin ich fest überzeugt – schlummert eine stille Sehnsucht.

Oder um mit Novalis zu sprechen:

„Es ist schon viel gewonnen, wenn das Streben, die Natur vollständig zu begreifen, zur Sehnsucht sich veredelt, zur zarten bescheidenen Sehnsucht, die sich das fremde Wesen gerne gefallen lässt, wenn es nur einst auf vertrautere Umgang rechnen kann.“



R Unterstützen Sie unabhängigen Journalismus:
www.rubikon.news/unterstuetzen

<https://www.rubikon.news/unterstuetzen>

Dieser Artikel erschien bereits auf www.rubikon.news.



Dirk C. Fleck, Jahrgang 1943, studierte an der Deutschen Journalistenschule in München, volontierte beim **Spandauer Volksblatt** in Berlin, kreierte dort mit dem „Magazin“ die erste Wochenendbeilage einer deutschen Tageszeitung, war Lokalchef der **Hamburger Morgenpost**, sowie Redakteur bei **Tempo**, **Merian** und **Die Woche**. Er arbeitete als regelmäßiger Kolumnist für **Die Welt** und die **Berliner Morgenpost** und war für den **Stern**, den **Spiegel** und **Geo** als Autor tätig. Seit dem Jahr

2000 widmet sich Fleck ausschließlich seiner schriftstellerischen Tätigkeit. Für seine Romane „GO! — Die Ökodiktatur“ und „Das Tahiti Projekt“ erhielt er den renommierten Deutschen Science Fiction Preis. Flecks Hauptthema ist der drohende ökologische Kollaps und die Neuordnung der globalen Zivilgesellschaft. Eine Zeit lang schrieb er darüber hinaus Artikel für den **Rubikon**.

Dieses Werk ist unter einer **Creative Commons-Lizenz (Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International** (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>)) lizenziert. Unter Einhaltung der Lizenzbedingungen dürfen Sie es verbreiten und vervielfältigen.